

Redes sociales y su utilización en la docencia

Título: Redes sociales y su utilización en la docencia. **Target:** ESO, Bachillerato, Ciclos Formativos. **Asignatura:** Implantación de Sistemas Operativos. **Autor:** David Torralba Alvarez, Ingeniero técnico informático en informática de Gestión, Profesor Técnico de Formación Profesional.

En primer lugar me gustaría dar una definición de lo que actualmente se denominan redes sociales (RRSS). Una red social es el nombre con el se conoce a una comunidad virtual, en la que un usuario decide participar libremente, ya sea con carácter personal y/o profesional.

Las redes sociales brindan a los usuarios que las usan un abanico inmenso de posibilidades para mantenerse en contacto con el resto de personas que las utilizan y para dar a conocer sus proyectos profesionales.

Actualmente existen multitud de redes sociales diferentes, las cuales pueden ser clasificadas en función de la finalidad que proporcionan a los usuarios que las utilizan. Una primera clasificación podría ser la siguiente:

FACEBOOK: Su finalidad principal es estar en contacto y mantener comunicación con amigos, aunque también se usa para dar a conocer y promocionar un negocio o hacer pública una causa y conseguir seguidores.

LINKEDIN y XING: Su objetivo más importante es dar a conocer a sus usuarios profesionalmente, buscar trabajo, reclutar personal para una empresa o formar parte de grupos de trabajo cuyos usuarios tienen intereses afines.

TWITTER: Normalmente se utiliza para dar y leer opiniones de cualquier tema, además de para hacer contactos.

BANANITY: Esta red social es de reciente creación y está pensada para dar opinión acerca de lo que los usuarios "aman" u "odian" en general, con el fin de establecer un perfil que posteriormente servirá para consultar acerca de temas diversos a las personas con perfiles o gustos similares a los del usuario.

TUENTI: Red social enfocada principalmente a la población española. Permite al igual que la mayoría de sus competidoras crear un perfil propio, añadir a otros usuarios como amigos e intercambiar mensajes.

ELGG: Pensada para potenciar la comunicación en el mundo educativo, institutos, universidades, entidades formativas, etc.

NING: Su principal característica es que permite a cualquier usuario crear una red social personalizada basada en una necesidad o tema en particular.

Las redes sociales que he presentado se complementan con herramientas adicionales como blogs, portales para colgar y compartir fotos o videos, etc. con el fin de establecer una comunicación fluida con el "mundo" a través de Internet.

En el mundo virtual se incluyen dentro de la lista de RRSS no solo la lista de redes sociales puras, sino también algunos servicios a los que se ha añadido una capa de red social, como puede ser Youtube. Esta capa de red social ayuda a aportar al servicio:

- Valor añadido para el usuario: valorando la información de lo que opinan sus personas de referencia o contactos sobre ciertos contenidos.
- Innovación: ayudando a la creación de nuevos modelos de mercado.
- Fidelización: El usuario probablemente regresará para ver las novedades de sus contactos.
- Viralidad: Los contenidos se comparten y son accesibles por mucho más público.

Actualmente las RRSS tienen un importante enfoque dentro del mundo de la empresa ya que entre otras aportan las siguientes ventajas: Visibilidad de la empresa, ampliación de posibilidades de negocio, contacto directo con los clientes, transparencia de la empresa, mejora de la capacidad de convocatoria y difusión del mensaje, ahorro en los costes de la comunicación y el marketing, potenciación de la fidelización a la empresa, establecimiento de relaciones con personas de diferentes sectores empresariales y de otros países.

En cuanto a la utilización de las RRSS en la docencia tenemos que partir de la base de la importancia de utilizar las TIC dentro del ámbito educativo. Si tenemos claro que las TIC proporcionan un gran número de herramientas para utilizar en los procesos de aprendizaje, podemos dar el siguiente paso, que consiste en establecer nuevos métodos de comunicación entre las diferentes estructuras sociales que se desprenden del mundo educativo, profesores-alumnos, alumnos-alumnos, profesores-profesores, etc.

Hay algunos datos que nos ayudan a comprender la importancia de las RRSS en las vidas de los jóvenes. Estudios recientes demuestran que un 66% de los jóvenes se conecta al menos una vez al día a las RRSS y el 78% de los adolescentes reconoce que tiene perfil en las redes sociales. Estos dos datos nos indican que nos encontramos ante un fenómeno en auge y que debe su expansión a su propia razón de ser, es decir a las relaciones sociales entre sus miembros, ya que el 93% de los usuarios de las RRSS conoció de su existencia a través del boca-oído. Entre las jóvenes españolas la Red Social más utilizada es Tuenti, que aglutina al 80% del mercado potencial.

En cuanto a las formas de utilización y aprovechamiento de las RRSS en el enfoque docente podemos destacar las siguientes iniciativas.

- Creación de un perfil en una de las RRSS presentadas en este artículo para compartir información con los alumnos. El perfil puede pertenecer a un profesor en concreto pero es más recomendable relacionarlo con una asignatura.

- Establecimiento de las RRSS como uno de los medios de comunicación que se utilizarán a lo largo del curso para intercambio de información entre profesor-alumno y alumno-alumno, marcando de forma clara las formas de uso y la valoración.
- Creación de grupos de trabajo de temas diversos a lo largo del curso. Dichos grupos de trabajo tendrán en las RRSS su base de funcionamiento y el rol de alumno/s coordinador/moderador irá rotando.
- Búsqueda y publicación en las RRSS de noticias relacionadas con la asignatura o noticias de actualidad. Dichas publicaciones serán comentadas por los alumnos incluyendo nuevas aportaciones.
- Establecimiento de contacto con entidades públicas y privadas a través de sus perfiles sociales para solicitar información o para participar en actividades organizadas por éstas.
- Formación de "equipos críticos" que se encarguen de revisar las RRSS en busca de informaciones interesantes formarse una opinión acerca de los temas elegidos. Posteriormente se explicará la actividad al resto de compañeros.
- Notificación por parte del centro de actividades o informaciones de interés a través de un perfil creado en una red social elegida en base a la situación y preferencias de los alumnos del centro.

A continuación incluyo las URL de acceso a todas las RRSS presentadas en este artículo:

Facebook: <http://www.facebook.com/>

Linkedin: <http://es.linkedin.com/>

Xing: <http://www.xing.com/es/>

Twitter: <http://twitter.com/>

Bananity: <http://www.bananity.com/>

Tuenti: <http://www.tuenti.com/?m=login>

Elgg: <http://elgg.com/>

Ning: <http://www.ning.com/>

Bibliografía

Maciá Domene, Fernando; Gosende Grela, Javier, (aut.) (2011). Marketing con redes sociales. Anaya Multimedia-Anaya Interactiva

Juan José de Haro Ollé, (aut.) (2010). Redes sociales para la educación. Anaya Multimedia-Anaya Interactiva

Webgrafía

<http://www.redessociales.es/>